

Inhaltsverzeichnis

| | |
|---|------------|
| Teil I Theoretische Ansätze | 1 |
| Verstehen und Diversität in der Sprachphilosophie Wilhelm von Humboldts | 3 |
| Ulrike Buchholz | |
| Kommunikativer Institutionalismus und Accounts | 21 |
| Swaran Sandhu | |
| Systemtheoretisch orientierte Textsortenlinguistik | 37 |
| Christina Gansel | |
| Sprache und Public Relations aus systemtheoretischer Sicht | 63 |
| Marcus Simon | |
| Pragmastilistischer Ansatz zur Konzeption und Analyse von Public Relations Kommunikation | 81 |
| Daniela Wawra | |
| Diskursbasierte Ansätze zur Analyse von Public Relations Kommunikation | 99 |
| Daniela Wawra | |
| Wertschöpfung als Wortschöpfung | 117 |
| Peter Stücheli-Herlach | |
| Der Begriff von Kommunikation | 135 |
| Manfred Piwinger und Helmut Ebert | |
| Teil II Disziplinen / Handlungsfelder | 151 |
| Strategisch texten | 153 |
| Annika Schach | |

| | |
|--|-----|
| Message Design | 171 |
| Peter Stücheli-Herlach | |
| Sprache und Text in der Medienarbeit | 191 |
| Cathrin Christoph | |
| Sprachliche Merkmale der Krisenkommunikation mit Schwerpunkt Social Media | 203 |
| Michael Roither | |
| Text und Bild in der Unternehmenskommunikation | 219 |
| Annika Schach | |
| Die Rolle der Sprache in der Innovations- und Change-Kommunikation | 241 |
| Helmut Ebert | |
| Glaubwürdigkeit, Vertrauen und Sprache in den Public Relations | 257 |
| Martha Kuhnhehn | |
| Intention und Emergenz | 271 |
| Christian Schwägerl, Reinhold Fuhrberg und Dimitrij Umansky | |
| Corporate Language | 293 |
| Sina Schneider | |
| Der Zukunftsdiskurs der Commerzbank und GLS Bank in zwei strategischen Textsorten der Unternehmenskommunikation | 309 |
| Bärbel Bohr und Beatrix Kossmann | |
| Sprache in der Unternehmenskommunikation auf Facebook | 333 |
| Andreas Brüser und Alexander Güttler | |
| Die Wirkung von Storytelling in der Wissenschafts-PR | 357 |
| Christian Ameseder und Silvia Ettl-Huber | |
| Der narrative Ansatz in der Gesundheitskommunikation | 375 |
| Kristin Becke | |
| „Wer ändert eine Grube gräbt ...“ | 395 |
| Vazrik Bazil und Manfred Piwinger | |
| Teil III Textsorten | 411 |
| Sprachstil des Geschäftsberichts | 413 |
| Helmut Ebert | |
| Der Nachhaltigkeitsbericht | 423 |
| Adrian Aebi und Bruno Frischherz | |

| | |
|--|-----|
| Leitbilder als Instrument der Öffentlichkeitsarbeit von Hochschulen | 453 |
| Martha Kuhnhenh | |
| Aufsichtsratskommunikation | 467 |
| Jan Flegelskamp | |
| Das Interview als Instrument der Krisenkommunikation | 485 |
| Wilfried Köpke | |
| Storytelling in der Social Media Markenkommunikation | 497 |
| Silvia Ettl-Huber und Maria Aschbacher | |
| Organisationskommunikation mittels Mikroblogs | 515 |
| Michael Szurawitzki | |